www.netjen.com.br
ISSN 2595-8410

Quinta-feira,
05 de novembro de 2026

Ano XXII - Nº 5.702

Empresas & Negócios

FOMENTA 2026

A Associação de Municípios de Médio e Pequeno Porte do Estado de São Paulo (AMPPESP) realiza, de 10 a 12 de novembro, o FOMENTA 2026, no Grande Hotel São Pedro, em Águas de São Pedro (SP). O FOMENTA é o maior evento voltado à gestão pública de municípios de médio e pequeno porte do Estado. Os gestores presentes representam 634 dos 645 municípios paulistas, que juntos somam 27,4 milhões de habitantes (amppesp.com.br/fomenta2026).

Warchi_CANVA



IMPACTO

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL MUDA A FORMA DE CONQUISTAR CLIENTES E VENDER PRODUTOS

Leia na página 8

Para onde foram os clientes?

IA reduz cliques e obriga empresas a repensarem estratégias de vendas

Estudo aponta queda de 58% na taxa de cliques em resultados do Google com o aumento das buscas nas IAs; especialista explica por que investir apenas em tráfego pago já não é suficiente para garantir visibilidade às marcas

A inteligência artificial está mudando a forma como consumidores encontram empresas, produtos e serviços na internet. Um estudo da plataforma Ahrefs, divulgado em fevereiro de 2026, aponta uma redução estimada de 58% na taxa de cliques do primeiro resultado do Google quando aparecem respostas geradas por IA. A mudança preocupa empresas que dependem do tráfego digital para conquistar clientes e levanta uma pergunta: para onde estão indo os consumidores que deixaram de acessar os sites por meio do Google?

Outro levantamento, do Pew Research Center, mostra que apenas 8% das buscas com resumos gerados por inteligência artificial resultaram em cliques nos links tradicionais, contra 15% nas pesquisas sem esse recurso. Isso significa que o consumidor continua buscando informações, mas muitas vezes encontra respostas sem precisar visitar a página de uma empresa.

Para Nicolás Franz, fundador da Agência Whooo e especialista em marketing e inovação, o cenário exige uma mudança nas estratégias de marketing.

"As marcas estão perdendo visibilidade de forma dramática", afirma. Segundo ele, poucas empresas estão preparadas para a transformação provocada por ferramentas como ChatGPT, Gemini e outros assistentes de inteligência artificial.

Magnific



> As marcas estão perdendo visibilidade de forma dramática.

Investir apenas em tráfego pago já não é suficiente

Durante anos, investir em anúncios e links patrocinados foi uma das principais estratégias das empresas para atrair consumidores. Agora, porém, o comportamento mudou. Em vez de pesquisar em diferentes sites, o cliente pode solicitar diretamente à inteligência artificial uma indicação de produto, serviço ou fornecedor.

"Só pagar link patrocinado já não resolve mais", alerta Nicolás.

O especialista explica que uma empresa pode continuar investindo em publicidade e, mesmo assim, não aparecer quando um consumidor consulta uma IA. Isso representa o risco de perder oportunidades de negócios antes mesmo do potencial cliente chegar ao site da marca.

Ferramenta permite descobrir como a empresa aparece nas IAs

Para ajudar as empresas a compreender esse novo cenário, a Agência Whooo desenvolveu um sistema de diagnóstico de presença digital em inteligências artificiais.

Segundo Nicolás, a ferramenta já analisou mais de 60 empresas em diferentes mercados, incluindo grandes marcas e grupos como EY, Deloitte, Mercado Livre e Amazon. As avaliações, conforme a agência, identificaram oportunidades de melhoria na visibilidade dessas organizações nas plataformas de IA.

O diagnóstico permite avaliar como determinada marca aparece nas respostas das inteligências artificiais, sua presença nas pesquisas realizadas pelos consumidores e oportunidades de melhoria no posicionamento digital.

A ferramenta pode ser acessada pelo endereço https://diagnostico.whooohq.com/ e as empresas podem iniciar uma avaliação de sua presença nas inteligências artificiais.

Para Nicolás, o desafio não é abandonar as estratégias tradicionais de marketing, mas compreender que a jornada de compra mudou. Além de anúncios, sites e redes sociais, as empresas precisam produzir conteúdos relevantes, fortalecer sua credibilidade e garantir que suas informações sejam reconhecidas pelas ferramentas de IA.

A prioridade estratégica das marcas deveria ser, além de investir em publicidade e links patrocinados, passar a ser recomendada e considerada nas menções de marca dos assistentes de IA, LLMs (ChatGPT, Claude, Gemini, etc.) e inteligências artificiais que influenciam as decisões dos consumidores.

Em um mercado no qual cada vez mais pessoas consultam a inteligência artificial antes de comprar, estar presente nessas respostas pode se tornar tão importante quanto aparecer nos primeiros resultados dos buscadores tradicionais.

Negócios em Pauta

Imagem: Globant



Globant debate a questão da liderança na era da inteligência artificial no evento HSM+

Cada vez mais presente no cotidiano corporativo, a inteligência artificial oferece oportunidades para tornar a gestão de pessoas e processos mais ágil, otimizar a tomada de decisões e ampliar a capacidade de inovação. Ao mesmo tempo, sua adoção traz novos desafios para as lideranças, que precisam equilibrar eficiência e desenvolvimento humano, além de preparar suas equipes para um cenário de constantes mudanças. É nesse contexto que a Globant – empresa digitalmente IA nativa, que utiliza tecnologia para transformar organizações – participa do HSM+ 2026, iniciativa voltada a profissionais e lideranças com foco em gestão no Brasil. Uma das apoiadoras desta edição do evento, a companhia estará presente no segundo dia da programação, 5 de novembro, com a participação de Douglas Silva, country manager da Globant no Brasil no painel "Os paradoxos da liderança na era da IA: mais coragem para avançar". Leia a coluna completa na página 3

News@TI

Magnific



Curitiba recebe encontro que aproxima startups de empresas em busca de inovação

@Como transformar uma necessidade industrial em oportunidade de inovação? Encontrar tecnologias, conhecer empresas capazes de solucionar desafios produtivos e estabelecer parcerias são algumas das possibilidades oferecidas pelo Demoday da Aceleradora Habitat Senai, que será realizado nesta quinta-feira, 5 de novembro, das 13h30 às 18h, na Arena do Habitat Mobilidade, no Parque Tecnológico da Indústria, em Curitiba. A programação reunirá 26 startups em uma feira de exposição, criando um ambiente de aproximação entre empreendedores, representantes da indústria, investidores e instituições do ecossistema de inovação. A proposta é colocar em contato quem desenvolve soluções tecnológicas e quem busca alternativas para demandas reais do mercado, favorecendo projetos-piloto, parcerias comerciais e novas oportunidades de negócios (https://t2m.io/vNGbQaP). Leia a coluna completa na página 2

Por que o autoatendimento exige uma revolução no controle do caixa

Ao caminhar pelos corredores dos supermercados brasileiros nos últimos anos, presenciei uma transformação acelerada na forma como o consumidor se relaciona com o ponto de venda.

Investir em IA não garante ganhos de produtividade nas empresas

Conselhos de Administração precisam cobrar métricas, revisão de processos e resultados concretos para assegurar que a tecnologia gere valor para os negócios.

Black Friday 2026 deve movimentar R$ 14,5 bilhões

Pesquisa de Black Friday da Stefanini Marketing aponta crescimento de 8,4% nas vendas e 18,3 milhões de pedidos; desconto no Pix aparece à frente do parcelamento sem juros entre os incentivos à compra.

Cinco sinais de que você está estagnado na carreira e o que fazer para voltar a crescer

Especialista explica como identificar comportamentos que podem frear o desenvolvimento profissional e por que esperar o momento ideal pode ser um dos sinais de estagnação. Estar há anos no mesmo cargo não significa necessariamente estar estagnado.

Para informações sobre o
MERCADO FINANCEIRO
faça a leitura do
QR Code com seu celular

Automóveis

Via Digital Motors

Por Lucia Camargo Nunes



Leia na página 6